

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dewasa ini semakin pesat dan diwarnai dengan berbagai macam persaingan. Persaingan ini menyebabkan para pebisnis dituntut semakin baik kinerjanya dan memiliki produktivitas yang tinggi. Selain itu, perkembangan teknologi yang makin pesat juga membuat pelaku bisnis dituntut untuk semakin kreatif, inovatif dan mampu mengikuti perkembangan yang ada agar tidak kalah bersaing. Dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah sesuai dengan perilaku konsumen.

Salah satu dunia usaha yang berkembang saat ini adalah dalam usaha jasa perbengkelan. Seiring dengan selalu meningkatnya jumlah produksi sepeda motor menyebabkan jasa perbengkelan semakin dibutuhkan. Hal ini sangat dipengaruhi jumlah sepeda motor dari tahun ke tahun terus bertambah tersebut. Bengkel-bengkel sepeda motor saat ini tetap ramai pengunjung meskipun dengan keadaan persaingan yang ketat. Banyaknya jumlah pengendara sepeda motor menjadi salah satu penyebabnya. Maka perusahaan harus bisa memberikan masukan yang terbaik atau ide-ide guna menciptakan citra perusahaan yang terbaik di mata konsumen.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsep pemasaran menyatakan untuk meraih sukses, perusahaan harus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang menjadi sasarannya. Bila di tinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara yang efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui bisnis jasa atau pelayanan yang di berikan konsumen. Bisnis jasa merupakan bisnis yang sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari, misalnya : jasa pendidikan, jasa kesehatan, jasa logistik, jasa komunikasi, jasa olah raga, dan lain-lain. Jasa bukan saja hadir sebagai produk utama tetapi juga sebagai wujud layanan pelengkap dan pembelian produk fisik.

Saat ini perusahaan jasa berada pada lingkungan bisnis yang semakin sengit dengan adanya globalisasi. Perusahaan yang mempunyai kualitas yang baik akan merubah perilaku konsumen sehingga mempengaruhi keputusan konsumen karena perusahaan yang memberikan jasa berkualitas dan bermutu, serta dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen akan dapat lebih bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul dari pesaingnya. Perilaku konsumen (*consumer behavior*) didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang atau jasa, pengalaman serta ide-ide

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*). Sedangkan faktor eksternal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor kepribadian, dan faktor psikologis.

Keputusan konsumen mengemukakan bahwa “Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak”.

Pada dasarnya keputusan pembelian ialah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan.

Adapun beberapa definisi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen yaitu Persepsi adalah sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli menjadi suatu yang bermakna.

Motivasi merupakan motivasi dapat digunakan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Sedangkan Lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya

CV. Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan merupakan salah satu dari instansi swasta yang bergerak di bidang otomotif dan merupakan satu-satunya cabang yang ada di kabupaten kuantan singingi khusus nya taluk kuantan. CV. Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan mempunyai beberapa bidang usaha, yaitu penjualan sepeda motor, penjualan suku cadang dan pemeliharaan servis (bengkel). Dari ketiga bidang tersebut frekuensi yang sering

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berhubungan antara dealer dengan konsumen adalah pemeliharaan dan servis (bengkel). Hal ini karena rata-rata setiap 3 bulan sekali konsumen melakukan servis kendaraannya. Bila konsumen puas, maka konsumen akan melakukan hal yang sama pada waktu lain.

Data jumlah customer yang di peroleh dari pihak CV,Zam-Zam Honda Motor Periode Tahun 2014 s/d 2018, Dapat dilihat pada table 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1: Perkembangan Tingkat Jumlah Pengunjung Bengkel Pertahun Di CV.Zam-Zam Honda Motor Di Taluk Kuantan

TAHUN	JUMLAH PENGUNJUNG (Orang) PERTAHUN	PERTUMBUHAN PENGUNJUNG(%)
2014	6.408	-
2015	6.803	5,80 %
2016	6.297	-8,03 %
2017	6.491	3,00 %
2018	6.987	7,09 %

Sumber : CV.Zam-ZamHonda Motor Di Taluk Kuantan Tahun 2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa perkembangan jumlah pengunjung yang berkunjung ke CV.Zam-Zam Honda Motor Di Taluk Kuantan untuk menggunakan jasa service, dari tahun 2014-2018 mengalami fliktuasi.Kondisi ini mencerminkan rendahnya minat pelanggan terhadap perusahaan.Dari berbagai layananan yang diberikan ternyata belum mampu menciptakan minat terhadap konsumen, ini bisa dilihat dari semakin menurunnya pelanggan yang berkunjung untuk melakukan perawatan kendaraannya setiap tahunnya. Hal ini sudah sepatutnya mendapatkan perhatian dari pihak manajemen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.2 : List Jasa Service Bengkel Resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan

NO	JENIS PEKERJAAN	KATEGORI
1	ENGINE TUNE UP	RINGAN
2	GANTI BUSH LOWER ARM	SEDANG
3	GANTI BUSH UPPER ARM	SEDANG
4	ENGINE OVER HOLE	BERAT
5	OVER HOLE TRANSMISI	BERAT

Sumber :CV.Zam-ZamHonda Motor di Taluk kuantan tahun 2018

Berdasarkan list jasa service diatas, terlihat berbagai macam jenis service yang beragam juga

Berdasarkan data dan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul :**“Pengaruh Persepsi, Motivasi, dan Lokasi Terhadap Keputusan konsumen Menggunakan Jasa Service Dibengkel Resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor Di Taluk Kuantan”**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2.RumusanMasalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan konsumen menggunakan jasa service di bengkel resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan ?
2. Apakah Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan konsumen menggunakan jasa service di bengkel resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan ?
3. Apakah Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan konsumen menggunakan jasa service di bengkel resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan ?
4. Apakah Persepsi ,Motivasi dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan konsumen menggunakan jasa service di bengkel resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan ?
5. Variabel manakah yang lebih dominan berpengaruh terhadap Keputusan konsumen menggunakan jasa service di bengkel resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3. Tujuan Penelitiandan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa service di bengkel resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan ?
2. Untuk mengetahui apakah Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa service di bengkel resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan ?
3. Untuk mengetahui apakah Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa service di bengkel resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan ?
4. Untuk mengetahui apakah Persepsi, Motivasi dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa service di bengkel resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan ?
5. Untuk mengetahui manakah yang lebih dominan berpengaruh antara Persepsi, Motivasi dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa service di bengkel resmi Honda CV.Zam-Zam Honda Motor di Taluk Kuantan?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Manfaat Penelitian

Berbagai pihak yang diharapkan dapat menggunakan dan memanfaatkan hasil penelitian ini adalah:

1. Peneliti

Sebagai wacana atau referensi bagi peneliti lain dan peneliti yang sejenis.

2. Perusahaan

Dapat memberikan sumbangan pemikiran, informasi dan bahan pertimbangan pada pihak bengkel dalam menentukan kebijakan, pengambilan strategi sehingga perusahaan mampu memenuhi keinginan konsumen.

3. Universitas

Dapat digunakan untuk kepentingan akademis sebagai suatu sumbangan untuk dijadikan sebagai bahan kajian yang berkaitan dengan pemasaran.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar S1 di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Sebagai bahan kepustakaan bagi mahasiswa manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau.

3. Sebagai bahan pedoman bagi peneliti yang akan datang.

4. Sebagai referensi dan perbandingan bagi penelitian yang akan datang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.5.Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran utuh secara menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka penulis disusun sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, pengertian jasa, karakteristik jasa, persepsi, motivasi, lokasi, keputusan konsumen, pandangan islam, Hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, variabel penelitian dan defenisi operasional, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III :METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta analisis data, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis

BAB IV :HASIL GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, aktifitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini dikemukakan mengenai hasil penelitian yang berhubungan dengan variabel penelitian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini penulis membuat kesimpulan dan saran sebagai masukan bagi manajemen perusahaan

